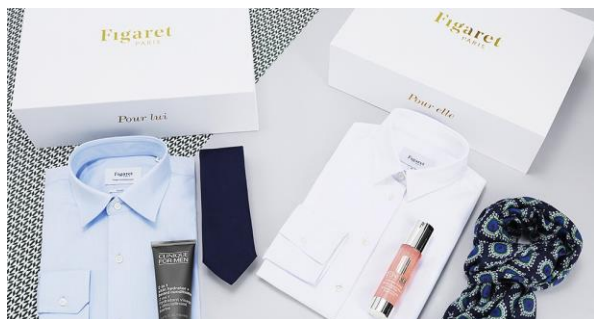


# Figaret remet la chemise au goût du jour



La Box Figaret permet d'offrir une chemise associée à une cravate avec en prime un petit cadeau pour découvrir des nouvelles marques de produits de soins masculins. - Photo Figaret

## Chargée par le fonds Experienced Capital de tripler les ventes à horizon de cinq ans, Déborah Janicek croit aux vertus du juste prix et du service.

Moins les hommes portent de cravates, plus la chemise gagne de l'importance. C'est à partir de ce constat que **Déborah Janicek**, une Essec passée par Kookaï, Pablo et Dior, a conçu le plan de relance de Figaret. Rachetée par le fonds Experienced Capital, la marque parisienne revient à ses fondamentaux : la chemise, tous les types de chemises. Elle laisse à d'autres - pour l'instant en tout cas - le reste du vestiaire masculin.

« Même les *marques généralistes ont fait de la chemise un produit phare. Figaret, qui est la marque masculine de référence dans ce domaine, se devait de mieux occuper le terrain* », explique sa présidente.

Seul le « sur-mesure » est made in France, l'essentiel des 270 références est fabriqué en Roumanie. « *Ils ont la qualité et les volumes* », relève Déborah Janicek, attentive à conserver à la marque son positionnement « luxe abordable ». Experienced Capital en a fait son terrain de chasse à travers les autres marques dans lesquelles il a déjà investi, Sandro Maje Claudie Pierlot (SMCP) ou Balibaris.

### Atelier des savoir-faire

Dans les boutiques, le meuble « atelier des savoir-faire » met en valeur la variété de l'offre et aide à choisir, en connaissance de cause, le bon modèle pour chaque occasion. « *Avec les cravates, quand on en porte, la chemise est la pièce que les hommes aiment collectionner* », relève la dirigeante.

Et cela tombe bien, puisque le fonds ne manque pas d'ambitions pour Figaret. Déborah Janicek est chargée à horizon cinq ans, de porter le **chiffre d'affaires** à 60 millions d'euros (22 millions en 2017) pour dégager une rentabilité de 15 %. Objectif classique pour des investisseurs, qui passera par le doublement du nombre des boutiques (25 actuellement) et par l'accélération de l'internationalisation « *en capitalisant sur la notoriété de l'élégance à la française et au tombé impeccable des coupes* », relève-t-elle.

Vous croyez que toutes les chemises blanches se valent ? Figaret en propose 15 versions différentes selon la forme des cols (8), poignets (mousquetaire ou boutonnés), coupes (classique, ajustée et intermédiaire) et déclinées en deux longueurs de manches. Quelle que soit sa couleur, son style (business ou décontracté) une chemise Figaret se reconnaît à la qualité de ses popelines italiennes et à ses boutons, en nacre toujours. Les puristes apprécieront la précision des coutures : 6,5 points par centimètre de tissu en prêt à porter et 7,5 pour le sur-mesure. Les prix ? Ils sont haut de gamme : 115 euros en moyenne et jusqu'à 195 euros pour du giza égyptien, ce fil de coton ultra-fin au confort inégalé.

Quant aux femmes, elles aussi trouveront leur bonheur avec des modèles inspirés des coupes masculines, liquettes souples, tuniques oversize en coton ou soie...



Rajeunie, la marque positionnée haut de gamme propose des chemises pour toutes les occasions entre 115 et 195 euros. - Figaret

La dirigeante rappelle que le fondateur, Alain Figaret, vendait déjà ses chemises à Hong Kong et au Japon. L'export représente actuellement un peu moins de 10 % de l'activité, largement grâce aux touristes qui achètent dans les neuf boutiques parisiennes et à l'e-shop (11 % des ventes) appelée à atteindre le plus rapidement possible de 20 % à 25 %.

### SOS tâches

L'enseigne compte aussi sur les services. Comme le SOS Figaret qui livre en moins d'une heure une chemise de rechange en cas d'accident à l'heure du déjeuner. « *Combien de clients nous voyons arriver en catastrophe en début d'après midi !* ».

Proposée depuis la Saint-Valentin, la Box Figaret permet d'offrir une chemise associée à une cravate avec en prime un petit cadeau pour découvrir des nouvelles marques de produits de soins masculins. Figaret va aussi mettre en place une formule abonnement pour recevoir chaque mois un nouveau modèle. Là aussi l'occasion de découvertes, comme « Première Classe », la ligne « infroissable » qui évite la corvée du repassage.